

外贸企业经销商管理

课程背景：

在市场渠道日益激烈竞争的现代社会，企业如何开发和保持经销渠道？
我们如何选择经销渠道呢，我们又如何和他们共赢发展呢？
线上和线下经销商如何整合，共谋发展？

课程说明：

《外贸企业经销商管理》对需要开发线上线下渠道，并需要经销商绩效的企业提供了管理方法。

《外贸企业经销商管理》课程就是帮助企业渠道管理人员掌握如何有效选择合适的经销商，如何管理和推动经销商发展，去达成企业的目标。

课程收益：

《外贸企业经销商管理》课程就是帮助企业渠道管理人员掌握开发经销商，落实经销商管理工具，考核经销商业绩。

《外贸企业经销商管理》将有助于您实现以下目标：

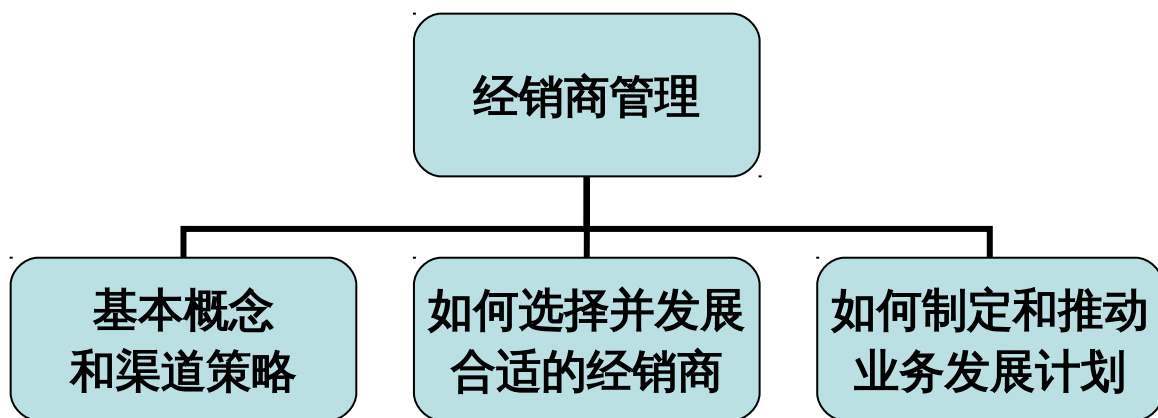
- 了解和掌握现代渠道开发
- 有效整合线上线下渠道
- 能够有效本课程中的工具和方法
- 能很好地配合企业整体销售战略

课程时间：1-2天，6小时/天

课程对象：有渠道管理需求的销售主管、经理等

课程方式：授课、视频、互动、小组练习、案例讨论等

课程模型：



课程大纲

前言：国际贸易宏观形势

一、正确认知市场状况

1、有效分析外贸市场

- 1) PEST 分析和波特的五力模型
- 2) SWOT 分析
- 3) 市场战略定位

2、正确认知自己在市场中的能力

- 1) 明确自己的谈判能力和影响力
- 2) 有效的市场合作模式

第一讲：经销渠道的基本概念及渠道销售策略和规划

一、现代线上线下结合的商业模式

1. 现代线上线下商务模式的发展
2. 线上线下融合的商业策略

互动：新模式 VS 传统模式

二、经销渠道的规划

1. 渠道发展的区域规划
2. 渠道发展策略

互动：构建你的商业渠道

第二讲：选择和发展合适的线上经销商

一、谁是合适的经销商

1. 经销商的优劣势分析？

- 1) 经销商的优劣势
- 2) 经销商的期望值

2. 合适经销商的选择

- 1) 强弱势的背后
- 2) 对你而言的价值

3. 经销商的“硬件”与“软件”比较

4. 目标经销商的画像与你的最低标准或底线

二、选择合适的经销商

5. 选择合适的经销商(合作伙伴)的程序与相关资源

6. 选择经销商的常规工具和方法

案例：1. 谁是我们理想的经销商

2. 选择经销商合作关系的成功之路

第三讲：制定有效的经销商业务发展计划

一、了解计划和目标管理的重要性和实际意义

1. 目标管理的重要性

- 1) 理解经销商的方向
- 2) 界定经销商的目标

2. 目标管理的实际意义

- 1) 如何分解你的目标
- 2) 如何跟踪你的目标

二、如何制定区域经销商的“年度业务发展计划”

1、市场与客户(项目)的调查分析

2、经销商能力与资源配备

3、厂方的支持与资源配备

4、目标,预算 (ROI) 分析与控制

- 1) 预算和产出

5、行动计划制定与执行

三、启动新经销商及经销商的试工期考核

1、辅导与培养经销商成长

- 1) 你的辅导技能

2、销售能力与管理能力

- 1) 指导经销商完成目标

案例：成功渠道开拓管理实例分析

第四讲：经销商的日常管理及冲突的处理

一、经销商业务运作的指导及报表管理

1. 信用额度的控制及方法

- 1) 经销商之应收款分析及指导

2. 市场销售及品牌推广活动的管理和实施

二、经销商业绩评估标准制定及执行评估程序和方法

1. 经销商业务衡量评估的几个 KPI 指标分析应用

2. 观察经销商日常工作情况动态的几个常用方法

3. 经销商激励与制裁政策的制定和有效实施方法

- 1) 经销商需求动机的有效分析

- 2) 激励方式和激励手段

- 3) 常用的压制,打击和制裁经销商“出轨”的手段

4. 经销商的日常拜访会谈及日常问题处理程序和方法

三、渠道冲突的几种表现和有效防止或处理方法

1、渠道冲突的常见情况及原因分析

2、倾销和冲货的问题及应对

3、争夺客户及项目的控制管理

4. 经销商的中(终)止及更换的程序

5. 如何培育经销商的满意度,忠诚度

案例：1. 经销商信用额度的计算

2. 如何推动经销商现款现货政策

3. 区域间产品冲货的有效解决方法

4 . 如何有效帮助经销商拓展市场

回顾与探讨，理解外贸企业经销商管理的要素

一、回顾外贸企业经销商管理各种要素

1. 回顾外贸企业经销商管理的四个方面
2. 制定个人行动计划

二、行动计划交流

1. 行动计划交流
2. Q&A